

СТИГМАТИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕОРИЙ КОММУНИКАЦИИ (ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ТЕОРИЙ)

Кравченко Галина Николаевна – аспирант кафедры прикладной социологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

У статті розглянуто поняття стигматизації. Аналізується комунікативна природа цього феномену. Особлива увага в роботі надається теоріям П. Бергера та Т. Лукмана, Н.Лумана, П.Бурдьє, Ю.Хабермаса.

The article deals with the concept of stigmatization. There is analyzed communicative nature of this phenomenon. Attention is paid to the theories of P. L. Berger & T. Luckmann, N. Luhmann, P. Bourdieu, J. Habermas.

Ключевые слова: коммуникация, социальные коммуникации, стигматизация.

Происходящие ныне общественные изменения сопровождаются актуализацией проблем коммуникации на всех уровнях социальных взаимодействий возникновением качественно нового типа коммуникативных структур и процессов [1], что в социальных науках воплощается в переосмыслении коммуникативной природы социальной реальности [2], современных изменений в социально-коммуникативной сфере, места и роли коммуникации в развитии общества.

После появления коммуникативной парадигмы понятие собственно коммуникации стало неоднозначным, иногда противоречивым. Каждый раз исследователь, рискнувший углубиться в познание тех или иных коммуникативных аспектов функционирования современного общества, вынужден делать массу оговорок с целью грамотной операционализации понятий. Коммуникация как общение, или общение, как социальное взаимодействие, как обмен информацией, или просто ее передача. А может наоборот? Информация, взаимодействие, общение как коммуникация? Социальные, массовые, межличностные, интернет-коммуникации. Многоуровневость и многообразие понятия коммуникации подчеркивает лишь тот факт, что это не просто передача информации, общение, а скорее смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия [3]. По видимому, *именно коммуникация придает характер социальности взаимодействиям индивидов*. Поэтому для концептуализации собственно социологического подхода к пониманию коммуникации, следует раскрыть феномен социальности.

В современной социологии уже сложилась определенная традиция понимания социальной реальности, социальности как таковой [4]. Сегодня преобладают конструктивистские подходы к трактовкам социальности (П.Бурдьє, Ю.Хабермас, П.Бергер, Т. Лукман, Н.Луман). В рамках этого направления подчеркивается открытый характер, «незаданность» социальных связей и отношений, их динамизм, органическая зависимость от деятельности, социальных коммуникаций, языка, знаково-символических систем культуры и используемых в жизни общества дискурсивных практик. Поэтому, изучая коммуникацию именно в этом контексте вполне обоснованно обращение к изысканиям представителей социального конструктивизма. Подобные сравнения уже осуществлялись в контексте анализа «информационного общества» [8], в русле исследования массовых коммуникаций [9], да практически во всех исследованиях, посвященных проблемам коммуникации.

Анализ публикаций, связанных с проблемами теорий коммуникации указывает на два основных направления, в рамках которых выстраиваются современные исследования. Первое – понимание коммуникации как одностороннего процесса. Второе – понимание коммуникации, как двустороннего процесса, обязательным элементом которого является наличие обратной связи. Второй подход позволяет описывать коммуникацию как непрерывный процесс обмена и конструирования смыслов. Данное направление развивается в рамках феноменологической и конструктивистки ориентированной социологии.

Коммуникативная природа стигматизации.

Социальные коммуникации охватывают все многообразие проявлений социальности. По сути, практически каждый феномен человеческого взаимодействия может быть рассмотрен и описан в категориях социальной коммуникации. Стигматизация – особый механизм социального восприятия и познания, коммуникативную природу которого еще предстоит исследовать.

Термин «стигма» уже давно используется в западной социологии для анализа девиантного поведения. Несмотря на наличие в русском языке аналога, в отечественной социологии используют именно его, т.к. за рубежом феномен социального клеймения уже давно обозначают именно так. Автор статьи уже предпринимала попытку описать возможности социологического анализа феномена стигмы, где были описаны основные характеристики стигмы и особенности проявления в социальных взаимодействиях [10].

Обратимся к определению стигмы, сформулированному известным американским социологом

Ирвином Гофманом - это *отметина, качество, черта характера, физический или социальный признак, который выдает какое-то позорное свойство индивида* [11]. Сам же процесс стигматизации, феномен социального клеймения и его последствия для носителей клейма подробно рассматривался этим социологом лишь в контексте конструирования и управления искаженной идентичностью. Коммуникативная природа данного феномена, его особенности и механизм формирования до сих пор не были исследованы.

Очевидно, что для подобной операции необходимо концептуализировать собственно понятие стигматизации. Стигма конструируется в процессе социального взаимодействия (в момент первичной смысловой оценки участников), где первоочередное значение имеет именно смысловой идеально-содержательный аспект социального взаимодействия, что по сути и является коммуникацией [3]. Следовательно, стигматизация как коммуникативный механизм это сложная система передачи информации об объекте (обозначения того или иного социального объекта стигмой, клеймом) при помощи специальных средств, затрагивающая разные уровни коммуникации, состоящая из набора последовательно применяемых познавательных операций и других психологических процессов, коммуникативных технологий.

Цель данной статьи – рассмотреть представления о социальных коммуникациях (далее «коммуникации») в рамках современных социологических теорий и определить возможности каждого из направлений для исследования феномена стигматизации.

Анализ стигматизации в контексте современных теорий коммуникации.

Идеи социального конструктивизма обоснованы в трудах американского ученого *Питера Бергера* и немецкого социолога *Томаса Лукмана*. «Конструктивисты» опирались на феноменологическую социологию австрийского философа и социолога А. Шюца, рассматривавшего действие в качестве цели осуществления коммуникаций [12, с.18-19]. Он изучает процессы и механизмы, при помощи которых воспроизводится сама реальность. По А.Шюцу, ограниченность индивидуального опыта преодолевается благодаря идеализациям, свойственным повседневному опыту. Такой процесс приводит к формированию стандартизированной типологической структуры восприятия объектов. *Главным механизмом построения социальной коммуникации представляется язык*. Т. Лукман в совместной с П. Бергером работе «Социальное конструирование реальности» разрабатывает феноменологическую версию социологии знания, изучающую процессы и механизмы, с помощью которых возникают, функционируют, распространяются знания (информация) в обществе [2].

В «Социальном конструировании реальности» авторами анализируется взаимодействие людей в процессе обмена впечатлениями, что является прототипом любого другого способа взаимодействия, его элементарной формой. Такое взаимодействие строится на основе типизаций. Типизации являются основанием интерпретации полученной в процессе взаимного наблюдения информации [13]. Выражение лица, мимика и жесты, внешний вид, детали одежды, интонации голоса, акцент и другие проявления субъективности другого человека, будучи соотнесенными с имеющимися в памяти типизациями, позволяют нам не только распознать партнера по ситуации, но и сформировать предположения о его действиях и соотнести с этой информацией свое поведение. Таким образом, типизации содержат в себе варианты смыслов, которые индивид способен приписать другому. Благодаря этой «работе» типизаций, состоящей в анализе информации и выдвижении на этом основании гипотез, и обеспечивается предсказуемость и упорядоченность повседневной жизни.

Если типизации выполняют функцию организации повседневного опыта взаимодействия и обозначения других субъектов взаимодействия, то в контексте теории социального конструирования реальности стигмы – это ярлыки, форма маркировки некоторых «негативных» типизаций.

Фундаментальный труд Бергера и Лукмана даёт основание рассматривать процесс стигматизации как специальный (т.е. служащий особым целям) механизм социальной коммуникации, ведь главным механизмом построения социальной коммуникации представляется язык, а стигматизация возможна и существует лишь посредством языка.

Представления *Никласа Лумана* о коммуникации как о сущностной характеристике самого общества, его утверждения о том, что «человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации» [14, с. 43], что «только коммуникация может осуществлять коммуникацию» [15, с. 114], приобретают новый смысл и вызывают особый интерес.

Общество в системной теории Лумана состоит не из индивидов, а из коммуникации между ними. Понятие коммуникации также в границах данной теории выходит за пределы его традиционного значения. У Лумана она означает эмерджентное единство информации, сообщения и понимания. Информация в его теории – это селекция, выбор из множества возможностей одних и закрытия других.

Коммуникация – это социальный процесс. Схема коммуникативного процесса тут изображается следующим образом. «Я» (Ego) начинает процесс информации. Наблюдая за протеканием этой информации, партнер (другой - Alter) делает селекцию для сообщения, высказываясь относительно информации Ego. Но только лишь различение между информацией и сообщением позволяет Ego понимать

поведение Alter как коммуникативное предложение.

Через понимание осуществляется объединение информации и сообщения. Итак, коммуникация осуществляется тогда, когда осуществляется понимание сообщения информации, что в свою очередь может в качестве следствия иметь отклонение, согласие или несогласие. Если понимание отсутствует, коммуникация не может продолжаться.

В процессе коммуникации стигматизация вполне обосновано может выступать в роли особого механизма, работу которого обеспечивает именно присутствие понимания сообщения. В данном случае в качестве сообщения выступает обозначение стигмой того или иного участника взаимодействия. Стигма как сообщение может быть понята, воспринята адекватно лишь при наличии соответствующего потока информации, контекста который бы подтверждал обоснованность применения данного знака и использования его в дальнейшем.

Например, обозначение первого встречного милиционера стигмой будет обоснованным лишь в случае существования информации, чернящей и позорящей представителей данной профессии (а таковой имеется достаточно в арсенале отечественных СМИ). Только благодаря существованию информации, каждое конкретное сообщение воспринимается, как понятное, дает возможность осуществляться коммуникации и активизирует отдельные механизмы коммуникации, в частности.

Пьер Бурдьё рассматривая коммуникацию как символическое действие, также указывает на определяющее значение контекста. С одной стороны, значительное влияние оказывают условия, в которых формировались субъекты социального действия, нормы, ценности, носителем, которых они являются («габитус»), с другой, система, в которой взаимодействуют субъекты, логика поля, которая навязывает поведение, взаимодействие индивидов [16, с.47]. Габитусы обуславливают избирательное восприятие и усвоение информации, соответственно создают базисный фон коммуникации [16, с.59]. "Габитус является необходимо интернализированным и переведенным в диспозицию, которая порождает значимые практики и дающие значение восприятия; это общая диспозиция, которая дает систематическое и универсальное применение – за пределами того, что изучается непосредственно – необходимости, внутренне присущей условиям обучения" [цит. по 17, с. 170]. Габитус организует практику жизни и восприятие других практик.

П. Бурдьё особое внимание уделяет процессам номинации, видя в них проявление властных функций: "Одна из простейших форм политической власти заключалась во многих архаических обществах в почти магической власти: называть и вызывать к существованию при помощи номинации. Так, в Кабилии функции разъяснения и работа по производству символического, особенно в ситуации кризиса, когда ощущение мира ускользает, приносили поэтам видные политические посты военачальников или послов" [18, с. 67].

Приведем некоторые другие характерные черты связи власти и слова: "Символическая власть есть власть, которая предполагает признание, т.е. незнание о факте творимого ею насилия" [18, с. 244]; "Эффект оракула являет собой предельную форму результативности; это то, что позволяет уполномоченному представителю, опираясь на авторитет уполномочившей его группы, применить по отношению к каждому отдельному члену группы признанную форму принуждения, символическое насилие" [18, с. 248]; "У людей, участвующих в религиозных, интеллектуальных и политических играх, есть свои специфические интересы, которые являются жизненно важными для общества... Все эти интересы символического характера – не потерять лица, не лишиться избирательного округа, заставить замолчать соперника, одержать верх над враждебным "течением", заполучить пост председателя и т.д." [18, с. 254].

По сути, в категориях П. Бурдьё, стигматизация – это негативная номинация, что указывает нам не его важное политическое значение: стигматизировать могут только уполномоченные на это специальные институты. В России в эпоху Екатерины II клеймили с целью наказать, обозначить преступника специальные органы власти [19, с.128]. В наши же дни, стигматизация как средство карания и номинации передано т.н. четвертой власти, институтам символического производства, например, СМИ.

Пьер Бурдьё подчеркивает: "Политика является исключительно благодатным местом для эффективной символической деятельности, понимаемой как действия, осуществляемые с помощью знаков, способных производить социальное, и, в частности, группы" [18, с. 90]. Вследствие этого стигматизация в современных массовых коммуникациях становится важным средством политической борьбы.

Весьма актуально в этом плане осмысление с позиций современности теорий коммуникативного действия **Юргена Хабермаса**, так как именно здесь раскрываются некоторые потенциальные возможности для преодоления последствий стигматизации. В теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса коммуникация ориентирована на достижение, сохранение или обновление консенсуса как основного фактора солидарности и стабильности общества. Коммуникация объявляется неотъемлемой частью системы действий: лишь достигая понимания относительно ситуации действия, акторы могут адекватно действовать. Стремясь к пониманию, актор прилагает интерпретационные усилия, выявляя смысл

сообщения в контексте ситуации. Совокупность смыслов структурируется в процессе культурного производства и составляет «жизненный мир» участников коммуникации [8].

Стремясь исследовать социальное действие в целом, Ю. Хабермас разрабатывает теорию действий, порождением которых является жизнь общества. Все действия, которые протекают в процессе труда и в ходе общения, он условно делит на две группы. Трудовая деятельность осуществляется через целерациональные действия. Они имеют инструментальный характер, определяются техническими правилами и базируются на эмпирических знаниях. В качестве примера здесь можно привести использование разного рода технических устройств и приспособлений. Сюда относится также поведение в ситуации рационального выбора между двумя поведенческими альтернативами (например, при покупке товара той или иной фирмы), а также стратегические действия – рациональный выбор линии поведения в ситуации соревнования (например, установление цен с учетом ценовой политики конкурента).

Целерациональный тип действия базируется на технических правилах и эмпирических знаниях, которые являются результатом предыдущего опыта, использования эмпирического и аналитического научного знания [20]. Принципиально другим является *коммуникативное действие*, или *взаимодействие*. Оно диалогично и допускает взаимопонимание как основу координации действий, осуществляемых несколькими индивидами в данной ситуации.

Коммуникативное действие стремится к селекции коммуникации через рационализацию достигнутых соглашений, учитывая лишь весомость аргументов. По Ю. Хабермасу, *коммуникативное действие протекает на основе символично структурированного социокультурного жизненного мира*. Его основные компоненты – культура, общество и личность. Коммуникативное действие обеспечивает символическое воспроизводство жизненного мира, содействуя социальной интеграции общества благодаря возможностям консенсуса, что распространяется.

Дискурс у Хабермаса – это, прежде всего такая форма коммуникации, которая определяется аргументацией относительно проблематичных посягательств значимости. Следовательно, достижение взаимопонимания руководится интересами взаимопонимания в виде разумного консенсуса. Практический дискурс, таким образом, превращается в основу коммуникативно рационализированного жизненного мира.

В коммуникативной теории общества Хабермаса важной в методологическом плане является идея идеальной вербальной коммуникации, которая указывает на возможности усовершенствования общества именно через дискурсивные практики. Он называет идеальные предпосылки рациональной коммуникации:

- каждый субъект способен высказываться и действовать, может принимать участие в дискуссии;
- каждый может проблематизировать любое утверждение, выносить его на обсуждение, высказывать свои взгляды, желания, потребности.
- никто из участников дискурса не может осуществлять принуждение по отношению к другим, кроме принуждения самого весомого аргумента.

Участники дискурса, которые придерживаются названных условий, создают идеальную коммуникативную общность, которая осуществляет коммуникацию, не ограниченную господством. Кстати, подобного же мнения придерживался П. Бурдьё, утверждавший, что процесс номинации всегда связан с проявлением властной функции (см. выше).

Идея обсуждения у Ю. Хабермаса, как формирования специализированного дискурса в рамках каждой конкретной ситуации может быть очень полезна для решения проблемы последствий стигматизации – осуждения и в конечном итоге отчуждения.

Механизму стигматизации может противостоять комплекс технологий, задача которых конструирование позитивных, честных, открытых отношений субъектов социального действия. В частности, отмеченной цели служит такая специализированная коммуникативная деятельность государственных и общественных организаций как паблик рилейшинз (ПР), которая обеспечивает взаимопонимание и доброжелательность в контактах с массами или целевыми группами.

Еще одним важным средством преодоления последствий стигматизации может выступать практика дебатов. История уже доказала, что демократические общества прошлого и настоящего установили традиции публичных дискуссий и активно практиковали их для принятия согласованных решений по всем важным вопросам (например, публичные обсуждения в Давней Греции и Риме, английские общественные и парламентские дискуссии, дебаты по вопросам общественно важных проблем в Штатах). По мнению американцев именно практика широкого обсуждения общественных проблем позволила в США решить самые острые расовые проблемы американского общества 50-60 гг. [21], которые возникают благодаря механизму стигматизации.

И практика дебатов, и Паблик Рилейшинз, возможны лишь в ориентации на достижение взаимопонимания, что в процессе коммуникации, которая определяется аргументацией относительно проблематичных посягательств значимости, по сути является коммуникативным действием, описанным Ю. Хабермасом.

Анализ современных теорий коммуникации позволяет сделать некоторые предположения

относительно коммуникативной природы коммуникации:

- стигматизация – это специальный механизм социальной коммуникации;
- стигматизация – механизм, функционирование которого обеспечивает именно присутствие понимания сообщения, а стигма как сообщение может быть понята, воспринята адекватно лишь при наличии соответствующего потока информации, контекста который бы подтверждал обоснованность применения данного знака и использования его в дальнейшем;
- стигматизация – это негативная номинация, что указывает нам на его важное политическое значение: стигматизировать могут только уполномоченные на это специальные институты. В наши же дни стигматизация как средство номинации принадлежит институтам символического производства. Стигматизация в современных массовых коммуникациях становится важным средством политической борьбы;
- открытый дискурс по проблемам дискриминации выступает как решение проблемы последствий стигматизации. В данном контексте полезным может быть использование технологий ПР и практики дебатов.

Литература:

1. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации. / М.А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. – СПб. – Изд-во СПбГПУ, 2004. – с.4-11.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман ; [пер. с англ. Е. Руткевич]. – М. : Медиум, 1995. – 323 с. – (Первые публикации в России).
3. Социология: энциклопедия [Электронный ресурс] / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин [и др.]. – Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/568>.
4. Клягин С.В. Динамика способов построения социальности и информационное общество (тезисы выступления на семинаре Российской сети информационного общества, 29 октября 2003 года) [Электронный ресурс] / С.В. Клягин – Режим доступа: <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/SK.doc>
5. Бурдьё П. О телевидении и журналистике / Пьер Бурдьё ; пер. с фр. Т. В. Анисимовой, Ю. В. Марковой ; отв. ред. и предисл. Н. А. Шматко. – Москва : Фонд науч. исслед. «Прагматика культуры» ; Ин-т эксперимент. социологии, 2002. – 160 с.
6. Луман Н. Власть. / Никлас Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Практика, 2001 – 256с. – (Серия «Образ общества»).
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Юрген Хабермас; ред., пер. с нем. Д. В. Складнев. – СПб. : Наука, 2000. – 380 с. – (Слово о сущем).
8. Мальковская И.А. Профиль информационно-коммуникативного общества (обзор зарубежных теорий) / И.А. Мальковская // Социологические исследования. - 2007. № 2. - С. 76-85.
9. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: зарубежные теории и концепции : учеб. пособие для студ. вузов / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
10. Свистунова Г. Н. «Стигматизированные идентичности: возможности социологического анализа» / Г.Н. Свистунова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. - 2003. - с.592-595.
11. Goffman E. Stigma: notes on the management of spoiled identity. Inglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1964.
12. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. - М.: Едиториал УРСС, 2008, - 240 с.
13. Сорока Ю.Г. Социальное восприятие и взаимодействие: к социокультурной концепции восприятия. / Ю.Г. Сорока // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. У 2-х т. Т.1. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. - 2006. - с.23-30.
14. Луман Н. Невероятность коммуникации. / Никлас Луман ; пер. с нем. А. М. Ложеницина под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. - Вып 3. / Отв. ред. А. О. Бороноев. - СПб.: Издательство СПбГУ. - 2000. – 292 с.
15. Луман Н. Что такое коммуникация. / Никлас Луман; перевод с нем. Д. В. Озирченко // Социологический журнал. — 1995. — № 3. — С. 114—125.
16. Бурдьё П. Структура, габитус, практика / Пьер Бурдьё // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Том 1. - №2. – с.44-59.
17. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. - М.: Центр, 1998.- 349 с.
18. Бурдьё П. Социология политики. / Пьер Бурдьё ; Сост., пер. с фр., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. - М. : Socio-Logos, 1993. - 336 с.
19. Русакова М.Ю. Феномен клеймения. // Социологические исследования. – 2001. - № 9. - с.127-130.

20. Култаева М.Д. Західноєвропейська теоретична соціологія XX століття. / М.Д. Култаева, І.І. Шеремет; за редакцією В.С. Бакірова. – Х.: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2003. – 296 с.
21. Стернин И. А. Коммуникативные аспекты толерантности / И. А. Стернин К. Г. Шилихина. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2001. – 110 с. – (Коммуникативное поведение).